

**Білостоцький М. О.**, викладач,  
директор музею ХНУБА,  
*Харківський національний університет  
будівництва та архітектури, Україна*

## **ВІДНОВЛЕННЯ ЖІНОЧОГО РУХУ У ХАРКОВІ У ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ 40-х – НА ПОЧАТКУ 50-х рр. XX СТОЛІТТЯ**

Повоєнний час серед інших проблем поставив на порядок денний важливе питання щодо місця та ролі жінки у суспільстві. У довоєнну добу, за висловом Й. В. Сталіна, «жіноче питання» вважалось остаточно вирішеним, тому з 1936 р. радянське керівництво та агітпроп практично не звертають уваги на жінок як окрему соціально-політичну верству з власними потребами та інтересами.

Радянсько-німецька війна змусила радянську владу у якійсь мірі переглянути своє ставлення до жіноцтва. Втрата значної частини кваліфікованих робітників чоловіків призвела до необхідності мобілізації трудових та адміністративних ресурсів серед жінок. Це, безперечно, ускладнювало і без того нелегке становище радянської жінки, яка крім родинних обов'язків була змушена включитись у суспільне виробництво.

Особливої актуальності ці питання набули в Україні, де втрати чоловічого населення мали катастрофічний розмах. Для їх вирішення компартійне керівництво намагалось у той чи інший спосіб організувати жінок, поставити їх під свій контроль. Відповідні рішення партійного керівництва були надіслані на розгляд міськкому та райкомів партії, які з другої половини травня почали активно втілювати постанову у життя. Для роботи з жінками у міськкомі та райкомах партії були затверджені 205 комуністок – позаштатних інструкторів по роботі серед жінок, 15 таких інструкторів було призначено при обкомі партії. 28 червня 1948 р. була скликана обласна нарада активісток. У їх зверненні до жінок Радянської України чітко простежується головна мета розгортання цієї кампанії: «Жінки домогосподарки, оволодівайте професіями, йдіть на фабрики та заводи, ставайте до лав активних будівників комунізму».

До відродження жіночого руху були залучені виконавчі комітети та ради депутатів трудящих. На підприємствах, при радах депутатів трудящих та виконавчих комітетах було створено 1567 рад жінок-активісток. В роботі цих органів брали участь 7775 жінок. З'явилися такі посади, як позаштатні заступники голів виконкомів по роботі з жінками. По Харківщині було призначено 44 заступника голови райвиконкому, 13 – при міськвиконкомах, 626 – при селищних радах і 1710 – при колгоспах. У самому Харкові громадська робота розпочалась з проведення в усіх районах міста зібрань жіночого активу, на яких були присутні 1500 осіб. На підприємствах та у домоуправліннях було штучно створено 500 жіночих рад, які об'єднували 2800 активісток. За рекомендацією міськкому партії, при міській та районних

радах Харкова було обрано 14 заступників голів по роботі серед жінок. При усіх райрадах створювались комісії громадського контролю, усього в місті діяло 80 подібних комісій, до яких було залучено понад 500 жінок. По партійній лінії в місті було затверджено 32 комуністки-позаштатні інструктори відділів пропаганди та агітації по роботі серед жінок. На питання, чим конкретно займались вказані жіночі органи, дають відповідь архівні документи. Як правило, ця діяльність була спрямована на вирішення комунально-побутових проблем, завдань, пов'язаних з соціальним забезпеченням та охороною здоров'я, проведенням освітніх та культмасових заходів. Наприклад, при дитячих медичних установах Харківської області було створено 203 Ради сприяння охорони материнства та дитинства. Відзначається також робота серед дітей-сиріт, перевірка стану дитячих будинків, патронатів, родин, що брали дітей-сиріт на опіку. Жіночі ради організували роботу з приведення до ладу гуртожитків, квартир, благоустрою дворів, перепису худоби, обліку житлового фонду, посівів, непрацюючого населення, дітей шкільного віку, проводили передплату на державну позику «Відбудови та розвитку народного господарства СРСР» зібравши по району 107 000 карбованців. Займались жінки покращенням санітарного стану району, очисткою стічних каналів, роботами з ремонту шляхів. Надавалась поміч райздороввідділу у ліквідації інфекційних захворювань, через вчасне попередження про них медичних органів. Райвиконкоми керували жіночими радами за допомогою, нарад, інструктажів, доповідей та бесід. Деякі заходи були запроваджені воєнним відділом обласного комітету партії. Також воєнні відділи райкомів партії намагались задіяти для пожвавлення масово-політичної роботи серед жінок систему Місцевої протиповітряної оборони. Задля цього у Держинському районі воєнний відділ райкому партії підібрав і закріпив відповідальних за проведення масово-політичної роботи серед жінок при будинкоуправліннях. Жінкам, які були членами команд МППО при райвиконкомах міста, читалися лекції за темами: «Поточний момент та завдання МППО», «Міжнародна ситуація та завдання МППО». Певні спроби підживити жіночий рух мали місце і пізніше, зокрема, 5 січня 1951 р. на засіданні бюро Харківського обкому партії розглядалося питання: «Про заходи з покращення масово-політичної роботи серед жінок та підсилення керівництва партійної організації радами жінок активісток у Харківській області». Згідно цього документу, бюро прийняло рішення про необхідність в усіх підприємствах, закладах, домоуправліннях, колгоспах, радгоспах, МТС, де працює не менш ніж 50 жінок, відкритим голосуванням обрати жіночі ради у кількості 3-9 осіб. В цехах заводів та фабрик, в бригадах колгоспів, радгоспів обрати **жінорганізаторів**. Передбачалось також підібрати та затвердити на бюро позаштатних інструкторів обкому, міськкомів та райкомів партії по роботі серед жінок. При обкомі – 15 осіб, при міськкомах та райкомах – 10-15 осіб. Від міськкомів та райкомів вимагалось добитися максимального охоплення жінок у містах і селах усіма формами політичної освіти. Було запропоновано приділяти особливу увагу підвищенню

загальноосвітнього, культурного і політичного рівня жіночого активу. У січні та лютому 1949 р. Харківський обком КП(б)У організував кампанію по громадському обговоренню підсумків II Конгресу Міжнародної демократичної федерації жінок. Було передбачено проведення міських та районних зборів жіночого активу з порядком денним: «Підсумки II Конгресу Міжнародної демократичної федерації жінок». Також було заплановано провести загальні збори жінок на всіх підприємствах, у колгоспах, МТС, вищих навчальних закладах, школах та установах Харкова і області з 20 по 28 лютого 1949 р. Збори повинні були пройти під гаслом мобілізації радянських жінок на більш активну участь у боротьбі за виконання п'ятирічного плану за 4 роки. Цілком зрозуміло, що подібна діяльність жодним чином не була пов'язана з захистом прав чи інтересів жінок і носила цілком декларативний та пропагандистський характер.

Таким чином, 1948 р. приніс міській громадськості деяке, скоріше формальне відродження жіночого руху як соціальної сили, покликаної боротись за права та інтереси жінок. З іншого боку, на практиці ми бачимо використання соціальної активності жіноцтва у різноманітних галузях, які ніяким чином не були пов'язані з основними завданнями жіночих організацій по вирішенню проблем жіноцтва та підсиленню їх соціального захисту. Цей відрив проголошених гасел від практичного життя жінки викликав ізоляцію жіночих рад від широкого жіночого загалу, а пізніше – поступове падіння їх авторитету.

**Весна А. В., Суфранова М. В.** аспиранти,  
*Харьковский национальный университет городского хозяйства  
имени А. Н. Бекетова, Украина*

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ АРХИТЕКТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА И РЕКЛАМНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ИСТОРИЧЕСКОМ ЦЕНТРЕ ГОРОДА**

В настоящее время реклама заполонила весь наш мир. Все что окружает нас так или иначе напрямую связано с культурой потребления. Реклама стала одним из наиболее распространённых видов социальных коммуникаций, и уверено проникает во все сферы жизни человека. Являясь часть массовой культуры современного общества – наружная реклама, непосредственно, взаимодействует с архитектурной средой, создает настроение города. И не всегда эта связь приносит положительные результаты для облика города, а также для психологического состояния человека, находящегося в данной среде.

Сегодня все чаще звучит вопрос сохранения исторических средовых ценностей и размещение всевозможных рекламных коммуникаций в городе.